STRATEGI KPU KOTA MAGELANG DALAM PENINGKATAN PARTISIPASI PEMILIH PADA PILKADA KOTA MAGELANG DI MASA PANDEMI COVID 19

SKRIPSI

Disusun Oleh

ABIANDRA ALY PRAMUDYA

18.0802.0001

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS PSIKOLOGI DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG

2023

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Negara demokratis berarti suatu negara yang mempunyai bentuk pemerintahan dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat. Indonesia sebagai salah satu negara di dunia yang menerapkan bentuk pemerintahan demokrasi. Dalam paham demokrasi, memuat ideologi mengenai keikutsertaan rakyat yang memiliki hak untuk mendapatkan kesejahteraan, rakyat mempunyai kedudukan yang sangat penting, dikarenakan kedaulatan ada di tangan rakyat, dimana bermakna bahwa rakyat berkuasa serta berdaulat untuk menentukan cara dan corak pemerintahan diselenggarakan. Rakyatlah yang menentukan tujuan yang hendak dicapai oleh negara dan pemerintahnya tersebut. Pengelolaan serta penyelenggaraan suatu negara tidak bisa dilepaskan dari konsep kekuasaan tertinggi atau kedaulatan yang dianut oleh suatu negara (Hariyono, 2013). Pemilu serentak yang diadakan dalam gelombang pertama, kedua dan ketiga dapat dilaksanakan dengan lancar, karena pada saat dilaksanakan pesta demokrasi tersebut kondisi dalam negeri cenderung aman dan tidak ada ancaman dari manapun. Berbeda pada gelombang keempat dimana kondisi dalam negeri sedang tidak aman, karena terjadi penyebaran virus corona (Covid-19). Gelombang keempat pelaksanaan pemilihan kepala daerah serentak yang dilaksanakan pada 9 Desember 2020.

Kondisi pandemi *Corona Virus Disease 2019* (Covid-l9) pemilihan gubernur dan wakil gubernur, bupati dan wakil bupati, serta walikota dan wakil walikota tetap dapat berlangsung secara demokratis dan berkualitas serta untuk menjaga stabilitas politik dalam negeri. Seperti diketahui Covid-19 berdampak pada semua aktifitas yang ada, termasuk dalam pilkada serentak. Pemerintah sebagai pihak berwenang, dalam hal ini memegang kendali terhadap perkembangan situasi maupun penyaluran kebijakan untuk menopang hajat hidup orang banyak. Sehingga kehidupan masyarakat tidak lepas dari kontrol dan tanggung jawab pemerintah, namun di sisi lain juga tetap ada ruang kebebasan yang diberikan.

Masyarakat dapat tetap menjalani aktivitas dan kesibukan sehari-hari, dengan syarat mematuhi segala himbauan teknis.

Sosialisasi telah menjadi tanggung jawab KPU sesuai dengan penjelasan dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum No. 10 Tahun 2018 tentang sosialisasi dan partisipasi masyarakat dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, atau Walikota dan Wakil Walikota. Pada pasal 1 point 24 menjelaskan bahwa sosialisasi pemilu adalah proses penyampaian informasi tentang tahapan dan program penyelenggraan pemilu. Adapun tujuan dilakukan sosialisasi oleh KPU telah ditetapkan pada peraturan KPU No. 10 Tahun 2018 pasal 4 yaitu:

a. Menyebarluaskan informasi mengenai tahapan, jadwal dan program Pemilu
b. Meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang hak dan kewajiban dalam Pemilu
c. Meningkatkan partisipasi Pemilih dalam Pemilu.

Strategi komunikasi komisi pemilihan umum (KPU) Kota Magelang terhadap peningkatan partisipasi masyarakat harus didasarkan pada analisis dan argumentasi yang kuat. Hal ini disebabkan oleh kebutuhan untuk mewujudkan langkah-langkah strategis terhadap peningkatan partisipasi pemilih dalam pemilu dan menyempurnakan sistem pemilihan yang lebih baik dimasa mendatang. Terdapat beberapa alasan yang melatarbelakangi peneliti mengambil tema strategi KPU Kota Magelang dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada PILKADA serentak di masa pandemi Covid-19.

Pertama, terkait pelaksanaan pesta demokrasi yaitu Pemilihan Kepala Daerah atau biasa disebut dengan Pilkada serentak yang diselenggarakan pada akhir tahun 2020 tepatnya yaitu pada tanggal 9 Desember 2020. Pemilihan lima tahunan ini merupakan sebuah kegiatan yang rutin dilakukan. Menjadi permasalahan pada Pemilihan Kepala Daerah 2020 karena diselenggarakan di masa pandemi Covid-19 dimana pemerintah mewajibkan seluruh rakyat untuk

menerapkan pembatasan sosial atau *social distancing* dan pembatasan jarak fisik atau *physical distancing*.

Kedua, penyelenggaraan Pilkada syarat akan pengumpulan massa, yaitu dari mulai tahapan aktivitas penyusunan daftar pemilih, pencocokan data pemilih, penetapan bakal pasangan calon, tahapan kampanye, sampai dengan pemungutan suara. Hal ini juga berimplikasi dengan peserta pasangan calon untuk melakukan kampanye yang identik dengan mobilisasi politik agar mendapatkan dukungan pemilih untuk mendapatkan suara terbanyak (Hergianasari, 2016).

Ketiga, permasalahan yang muncul yaitu ancaman terhadap keselamatan jiwa dan kesehatan masyarakat jika Pilkada 2020 tetap dilaksanakan, yang berdampak resiko bagi masyarakat sebagai konstituen, peserta yaitu pasangan calon dan penyelenggara Pilkada yaitu KPU dan tim. Tidak hanya itu, penurunan atau degradasi kualitas dari tahapan penyelenggaraan yang dilakukan di tengah pandemic Covid-19 berpotensi menimbulkan malpraktek dalam proses penyelenggaraannya, mulai dari pemutakhiran data pemilih, verifikasi syarat dukungan calon perseorangan, kampanye, dan pemungutan suara. Partisipasi masyarakat untuk datang ke Tempat Pemungutan Suara (TPS) mengalami penurunan, partisipasi masyarakat sebagai relawan juga mengalami penurunan.

Keempat, adanya peningkatan partisipasi pemilih pada pelaksanaan Pilkada Kota Magelang tahun 2020, tingkat partisipasi pemilih relatif lebih tinggi dibandingkan dengan Pilkada tahun 2015. Menurut data yang diambil dari website resmi KPU Kota Magelang, dapat dilihat pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan partisipan 2,52%.

Table 1. Peningkatan Partisipan

Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Kota Magelang	Total Jumlah Pemilih	Total Pengguna Hak Pilih	Presentase
2015	90.009	67.804	75,33%
2020	94.670	73. 280	77,85%

Sumber : KPU Kota Magelang

Kelima, strategi KPU dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada PILKADA tahun 2015 dapat dilihat pada table berikut:

Table 2. Strategi KPU

No	Strategi Komisi Pemilihan Umum Kota Magelang Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih
1	Meningkatkan kapasitas dan kualitas (capacity building) penyelenggara Pilkada di tingkat PPK, PPS dan KPPS merupakan salah satu strategi penguatan kelembagaan KPU yang dilakukan dalam upaya meningkatkan partisipasi pemilih untuk bersedia hadir dalam dalam memberikan suaranya di TPS pada pelaksanaan Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Kota Magelang. Peranan KPU dan penyelenggara di tingkat bawah ikut mempengaruhi tingkat partisipasi masyarakat dalam menggunakan hak pilihnya. Hal ini dilakukan untuk memperkokoh atau memperkuat badan atau lembaganya guna menghasilkan kinerja yang baik, sehingga tujuan sebagai penyelenggara akan sesuai yang diinginkan.
2	Kerjasama dengan Kader Penggerak PKK Kota Magelang. Upaya yang dilakukan oleh KPU Kota Magelang untuk “merawat” pemilih perempuan yang selama ini sudah aktif dalam menggunakan hak pilihnya dan terlibat dalam kegiatan sosialisasi politik bersama KPU Kota Magelang dilakukan dengan cara bekerjasama dengan kader penggerak Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Kota Magelang sampai ke tingkat Rukun Tetangga (RT)
3	Publikasi Informasi Kepemiluan melalui Website KPU Kota Magelang Website KPU Kota Magelang merupakan media jaringan berbasis internet sebagai salah satu sarana bagi KPU Kota Magelang untuk menyampaikan informasi tentang kepemiluan. Website KPU Kota Magelang menjadi rujukan oleh pengguna internet untuk mendapatkan data dan informasi tentang kepemiluan, khususnya

	tentang pelaksanaan Pemilu dan Pilkada di tingkat Kota Magelang secara online.

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa beberapa strategi KPU Kota Magelang dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada Pilkada tahun 2015, strategi yang bersifat kelembagaan, mulai dari meningkatkan kapasitas dan kualitas *(capacity building),* penyelenggara Pilkada di tingkat PPK, PPS dan KPPS adalah salah satu strategi penguatan kelembagaan KPU yang dilakukan dalam upaya meningkatkan partisipasi pemilih untuk bersedia hadir dalam dalam memberikan suaranya di TPS. Dan juga KPU menerapkan metode pelaksanaan sosialisasi, berupa tatap muka serta penggunaan media massa dan media sosial. Dengan memilih metode atas dasar pertimbangan mengenai kapasitas sumber daya yang dimiliki KPU serta pertimbangan kondisi masyarakat Kota Magelang, metode ini bertujuan untuk memastikan informasi yang akan disampaikan oleh KPU dapat menular ke seluruh lapisan masyarakat di Kota Magelang.

Dari proses strategi sosialisasi yang telah dilakukan KPU Kota Magelang ternyata sejalan dengan peraturan yang ada yaitu peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) nomor 5 Tahun 2020 yang mengatur tahapan, program dan program pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati dan/atau Walikota dan Wakil Walikota Tahun 2020, serta Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) No. 13 Tahun 2020 terkait perubahan kedua atas peraturan No. 6 KPU Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati dan/atau Walikota dan Wakil Wali Kota serentak lanjutan dalam Kondisi bencana non-alam *Corona Virus Disease 2019* (Covid-19).

Manfaat strategi sosialisasi langsung komunikasi dengan metode tatap muka (*face to face)* KPU pada Pilkada Kota Magelang 2015, dalam hal mengedukasi, memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada masyarakat seperti tahapan, program, jadwal, dan hasil Pilkada, pentingnya kesadaran masyarakat agar menggunakan hak pilihnya dalam Pilkada, serta memahami

beberapa teknis dalam penggunaan hak pilih yang benar. Melalui strategi sosialisasi tatap muka, penyampaian informasi yang disampaikan KPU kepada publik lebih mudah dipahami serta bagi masyarakat dapat secara langsung menanggapi kepada KPU pada saat sosialisasi tentang Pilkada berlangsung.

Keenam, dari hasil penjelasan mengenai strategi-strategi yang dilakukan KPU dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada Pilkada sebelumnya, hal yang menarik untuk diteliti terkait strategi yang dilakukan KPU pada Pilkada sebelumnya yaitu sosialisasi yang dilakukan secara langsung, melalui metode tatap muka, dimana penerapan sosialisasi yang dilakukan KPU pada Pilkada 2020 di masa pandemi Covid-19 akan berbeda penerapannya dikarenakan pemerintah mengharuskan untuk melaksanakan pembatasan sosial atau *social distancing* dan pembatasan jarak fisik atau *physical distancing.* Berdasarkan permasalahan tersebut, peniliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Strategi KPU Kota Magelang Dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pada Pilkada Kota Magelang di Masa Pandemi Covid 19".

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah "Bagaimana Strategi KPU Kota Magelang dalam Meningkatan Partisipasi Pemilih Pada Pilkada Kota Magelang di Masa Pandemi Covid 19?".

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi KPU Kota Magelang dalam meningkatan partisipasi pemilih pada Pilkada Kota Magelang di masa pandemi Covid 19.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat digunakan dalam pengembangan Ilmu Komunikasi Politik sehingga dapat menjadi rujukan atau sebagai literatur yang berguna bagi penelitian selanjutnya. Kemudian dapat memberikan

sumbangan teoritis bagi implementasi maupun pengembangan dalam program studi ilmu komunikasi khususnya topik mengenai kajian strategi Komisi Pemilihan Umum dalam meningkatkan partisipasi pemilih.

2. Manfaat Praktis
   a. Penelitian ini menambah pengetahuan penulis dalam mengembangkan dan mengaplikasikan teori-teori
   b. Pembaca dapat menambah pengetahuan mengenai strategi Komisi Pemilihan Umum.
   c. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti-peneliti lain untuk mengadakan penelitian yang sejenis pada masa yang akan datang.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini penulis melakukan peninjauan kajian dari penelitian-penelitian sejenis sebelumnya. Penulis mengangkat beberapa penelitian terdahulu sebagai referensi atau tambahan informasi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut ini referensi berupa hasil skripsi dan jurnal yang penulis gunakan sebagai acuan.

Penelitian terkait strategi KPU dalam peningkatan partisipasi pemilih pernah dilakukan oleh Siti Nani Aisyah (Nani Aisyah, 2020) dengan judul "Efektifitas Penerapan Aturan Pilkada Serentak 2020 Dalam Kondisi Darurat Penanganan Pencegahan Penyebaran Corona Virus Disease 19 (Covid-19)". Peneliti menguraikan bahwa penyelenggaraan Pemilihan Kepala Daerah yang berkualitas tidak berjalan lurus dengan hasil pemimpin yang berkualitas, untuk itu prioritas kesehatan masyarakat dalam Pemilihan Serentak Tahun 2020 dalam kondisi wabah Covid-19 harus menjadi prioritas. Jika, hasil simulasi multi aspek dan prediksi pengendalian pandemi akan membaik pada akhir 2020, sebaiknya Pilkada dapat diundur pada pertengahan. Yang membedakan dengan penelitian ini adalah teori yang digunakan yaitu Melvin strategi persuasif menurut Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball-Roceach serta fokus penelitian ini adalah peningkatan partisipasi pemilu di masa pandemi Covid-19. Sedangkan peneltian yang dilakukan oleh Siti Nani Aisyah lebih berfokus pada penerapan peraturan penyelenggaraan pildaka dalam kondisi pandemi covid-19.

Penelitian terkait strategi KPU dalam peningkatan partisipasi pemilih juga pernah dilakukan oleh Riko Riyanda dan Ilham (Riyanda & Ilham, 2021) dengan judul "Strategi Komisi Pemilihan Umum Provinsi Sumatera Barat Dalam Menghadapi Penundaan Persiapan Tahapan Pilkada Serentak Tahun 2020 Akibat Covid-19". Dalam penelitiannya Pelaksanaan pilkada serentak pada situasi pandemi akan manyangkut langsung dengan persoalan keselamatan dan kesehatan jiwa pemilih. KPU Provinsi Sumatera Barat disamping mewujudkan pilkada yang

demokratis disaat yang bersamaan juga diharapkan bisa berjalan dengan aman, lancar dan tidak ada korban satu apapun, yang membedakan dari penelitian ini ialah teori yang digunakan yaitu menggunakan teori Melvin strategi persuasif menurut Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball-Roceach serta fokus penelitian ini adalah peningkatan partisipasi pemilu di masa pandemi Covid-19. Adapun hasil penelitian dari strategi KPU Provinsi Sumatera Barat dalam menghadapi penundaan pilkada serentak akibat masa pandemi Covid 19 : pertama, meninjau secara kesinambungan perkembangan peta sebaran Covid 19 di Sumatera Barat, kedua, memastikan semua tahapan pilkada harus mematuhi protokol kesehatan, ketiga, mengoptimalkan aturan kampanye di media masa selama pandemi Covid 19 dan keempat, melibatkan seluruh komponen masyarakat untuk meningkatkan partisipasi pemilih.

Penelitian terkait strategi KPU dalam peningkatan partisipasi pemilih juga pernah dilakukan Nopi Amalia dan Andi Mulyadi (Amalia & Mulyadi, 2019) dengan judul "Strategi Koimsi Pemilihan Umum Dalam Mengurangi Angka Golput Pada Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden". Penelitian ini berfokus kepada mengurangi presentasi golput dan mencapai target yang di tetapkan, dengan menggunakan teori g. dess dan miller. Untuk menentukan informan nopi amalia dan andi mulyadi menggunakan teknik snowball sampling. Yang membedakan dari penelitian ini yaitu subyek penelitian menggunakan KPU Kota Sukabumi, sedangkan penelitian yang akan peneliti teliti adalah KPU Kota Magelang. Obyek penelitian tersebut berfokus meningkatkan partisipasi masyarakat pada pelaksanaan pemilihan presiden dan wakil presiden, sedangkan pada penelitian ini peneliti berfokus kepada strategi Komisi Pemilihan Umum dalam meningkatkan partisipasi masyarakat yang dilakukan KPU Kota Magelang dalam pilkada di masa pandemi Covid-19.

B. Kerangka Teori

a. Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani *Strategia* berarti "Keahlian Militer". Strategi adalah konsep yang mengacu pada sebuah jaringan yang kompleks dari pemikiran, ide-ide, pengertian yang mendalam, pengalaman,

sasaran, keahlian, memori, persepsi, dan harapan yang membimbing untuk menyusun suatu kerangka pemikiran umum agar kita dapat memutuskan tindakan-tindakan yang spesifik bagi tercapainya tujuan (Liliweri, 2011) Sedangkan Strategi menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul "Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, didefinisikan sebagai perencanaan untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 2007).

Menurut (Soekanto, 2001), bahwasannya strategi dapat di artikan sebagai suatu aspek dinamis yang dapat berbentuk tindakan atau perilaku yang dilakukan oleh seseorang yang menempati atau memangku suatu jabatan dan melaksanakan hak-hak serta kewajibannya sesuai dengan kedudukannya tersebut. Sementara itu, pengertian menurut the ling adalah dinamisasi dari status atau penggunaan hak-hak dan kewajiban, atau bisa juga disebut status subjektif. Adapun cakupan dalam strategi menurut (Soekanto, 2001) adalah sebagai berikut :

a) Strategi meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Strategi dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan kemasyarakatan

b) Strategi merupakan suatu konsep tentang apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi

c) Strategi juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat

George boore menyatakan bahwa strategi kaitannya dengan kompleks pengharapan manusia terhadap caranya individu harus bersikap dan berbuat dalam situasi tertentu berdasarkan status dan fungsi sosialnya. Semisal dalam perusahaan, strategis sosial dan pimpinan perusahaan ditentukan oleh pengharapan yang diminta orang lain padanya sebagai seorang pemimpin perusahaan. Dalam hal ini, peranan dibedakan menjadi peranan sosial dan peranan individual. Strategi sosial

merupakan pengharapan kemasyarakatan (sosial) tentang tingkah laku dan sikap yang dihubungkan dengan status tertentu tanpa menghiraukan kekhususan orang yang mendukung status itu. Strategi perseorangan yaitu pengharapan tingkah laku dalam status tertentu yang berhubungan erat dengan sifat khusus dari individu itu sendiri, dimana bagian ini sesuai dengan status individu didalam situasi tertentu. Strategi sosial baru timbul saat manusia tersebut baru bisa diketahui oleh manusian kalau ia mempelajari atau mengalaminya (Boore, 2015). Dari definisi yang telah diungkapkan diatas, penulis menyimpulkan bahwa strategi adalah perencanaan yang telah dirancang berupa konsep, tindakan, serta taktik pelaksaan yang dibuat untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan.

b. Komunikasi

1. Definisi Komunikasi

Secara etimologis komunikasi atau dalam bahasa Inggris *"communication"* berasal dari bahasa Latin *"communicatio"*, bersumber dari *"communis"* yang berarti "sama". Sama di sini adalah dalam pengertian "sama makna". Komunikasi minimal harus mengandung "kesamaan makna" antara kedua belah pihak yang terlibat (Soelistyowati & Nugroho, 2012). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, komunikasi diartikan sebagai pengiriman atau penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Definisi lain mengenai Komunikasi dikemukakan oleh Harold Laswell yang dikutip oleh Mohammad Zamroni memberikan pengertian komunikasi dalam pernyataan: *Who says what in with channel to whom with what effect*. Komunikasi sebagai suatu proses penyampaian pesan dari komunikator yang ditujukan kepada komunikan melalui media atau saluran yang menimbulkan efek tertentu (Zamroni, 2009).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan atau informasi dari pihak satu ke pihak yang lain baik itu individu, kelompok ataupun organisasi sebagai pengirim kepada lawan bicaranya sebagai penerima dengan harapan dapat memahami dan akan terbuka peluang memberikan *feedback* kepada pengirim.

2. Unsur – Unsur Komunikasi

Komunikasi sebagai proses penyampaian pesan baik itu berupa pikiran atau gagasan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang. Pikiran dapat berupa gagasan, informasi, opini, ide atau peristiwa. Sedangkan lambang bisa merupakan bahasa lisan ataupun tulisan. Dalam prosesnya komunikasi dibangun oleh beberapa unsur, yaitu:

a) Sumber (Komunikator)

Sumber sering disebut dengan banyak nama atau istilah, antara lain: komunikator, pengirim, atau dalam bahasa Inggris disebut *source, sender*, atau *encoder*. Komunikator yakni orang yang pertama kali menyampaikan pesan. *Encoder* adalah istilah lain mempunyai pengertian yang sama dengan komunikator. *Encoder* dalam menyampaikan pesan mempunyai sifat *Encoding*, yaitu suatu usaha komunikator dalam menafsirkan pesan yang akan disampaikan kepada komunikan agar komunikan dapat memahaminya (Roudhonah, 2007).

b) Pesan

Pesan ialah pernyataan yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pernyataan yang disampaikan bisa dalam bentuk verbal (bahasa lisan atau tulisan) maupun non verbal (isyarat) yang bisa dimengerti oleh penerima. Pesan seharusnya mempunyai inti pesan yang dapat digunakan sebagai pengarah dalam mempengaruhi atau mengubah sikap dan tingkah laku komunikan (Cangara, 2017).

c) Komunikan

Communicant, communicate, receiver, recipient (komunikan) yaitu orang yang menerima pesan dari komunikator. Komunikan akanmemberikan umpan balik *(feedback)* terhadap pesan yang disampaikan. Umpan balik memaikan peran yang amat penting dalam komunikasi sebab ia menentukan berlanjutnya komunikasi atau berhentinya komunikasi yang diutarakan oleh komunikator. Oleh karena itu, umpan balik bisa bersifat positif atau negatif (Fajar, 2009). Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, komunikan adalah penerima pesan dalam komunikasi.

d) Media

Media ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media dalam pengertian di sini bisa berupa media massa yang mencakup surat kabar, radio, film, televisi, dan internet. Bisa juga berupa saluran misalnya kelompok pengajian atau arisan, kelompok pendengar atau pemirsa, organisasi masyarakat, rumah ibadah, pesta rakyat, panggung kesenian, serta media alternative lainnya seperti poster, leaflet, brosur, buku, spanduk, buletin, stiker, dan semacamnya (Cangara, 2017).

e) Efek

Efek yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan (dari tidak tahu menjadi tahu), terhibur, perubahan sikap (dari yang tidak setuju menjadi setuju), perubahan keyakinan, perubahan perilaku, dan sebagainya (Mulyana, 2007).

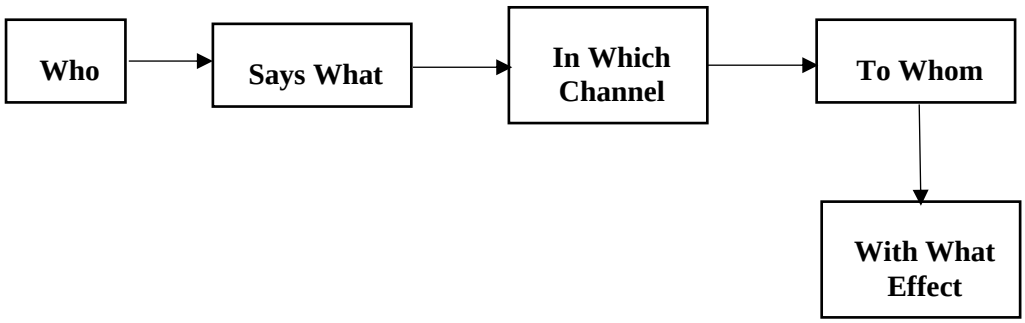
f) Umpan balik

Umpan balik ialah tanggapan yang diberikan oleh penerima sebagai akibat penerimaan pesan dari sumber. Sebenarnya ada juga yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah efek atau pengaruh. Dalam bahasa Inggris umpan balik sering disebut dengan istilah *feedback, reaction, response,* dan semacamnya (Cangara, 2017).

Setiap unsur di atas memiliki peran penting dalam proses komunikasi. Bahkan keseluruhan unsur-unsur tersebut memiliki kaitan satu sama lainnya. Artinya, jika salah satu unsur tidak dijalankan atau tidak ikut serta dalam proses komuikasi maka akan berpengaruh pada komunikasi yang akan dilakukan. Model komunikasi yang telah dijelaskan oleh Laswell sangat mudah dipahami dan dimengerti, model tersebut adalah: *Who, Says What, In Which Channel, To Whom dan With What Effect*. Dari model tersebut dapat terlihat jelas, siapa yang mengatakan pesan atau informasi, apa pesan yang disampaikan, saluran apa yang digunakan, siapa komunikan atau siapa yang diajak berkomunikasi dan apa

umpan balik yang didapatan kemudian. Apabila digambarkan skema komunikasi model Lasswell berkerja dapat lihat sebagai berikut ini :

Gambar 1. Model Komunikasi Lasswell



Dalam proses komunikasi, suatu model komunikasi tidak hanya terfokus pada kajian untuk memahami arti pesan *(massage analysis)*, tetapi adalah terkait dengan semua unsur-unsur, proses, saluran, partisipan dan demi mencapai tujuan atau maksud tertentu.

3. Tujuan Komunikasi

Secara umum Harold D Lasswel menyebutkan tujuan dari komunikasi ada empat, yaitu:

a) *Social Change*, yaitu perubahan sosial. Seseorang mengadakan komunikasi dengan orang lain, diharapkan adanya perubahan sosial dalam kehidupannya (Roudhonah, 2007).

b) *Attitude Change*, seorang komunikasi setelah menerima pesan kemudian sikapnya berubah, baik itu postif atau negatif. Dalam berbagai situasi kita berusaha mempengaruhi sikap orang lain dan berusaha agar orang lain bersikap positif sesuai keinginan kita (Fajar, 2009).

c) *Opinion Change*, yaitu perubahan pendapat. Seseorang dalam berkomunikasi mempunyai harapan untuk mengadakan perubahan pendapat (Roudhonah, 2007).

d) *Behavior Change*, yaitu perubahan prilaku. Seseorang yang melakukan komunikasi dapat merubah perilaku serta tindakan lawan bicara atau komunikasinya. Contohnya dalam kampanye kesehatan mengenai konsumsi

alkohol berlebihan dapat menyebabkan gangguan kesehatan. Ketika seorang pecandu minuman keras sudah mengikuti kampanye tersebut kemudian dia berhenti mengkonsumsi minuman keras, hal tersebut menjadikan kampanye itu dapat merubah sikap.

4. Peran Komunikasi

Menurut Soerjono Soekanto Peran merupakan aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak danvkewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan. Sedangkan status merupakan sekumpulan hak dan kewajiban yang dimiliki seseorang apabila seseorang melakukan hak dan kewajiban sesuai kedudukannya, maka ia menjalankan suatu fungsi. Hakekatnya peran juga dapat dirumuskan sebagai suatu rangkaian perilaku tertentu yang ditimbulkan oleh suatu jabatan tertentu. Kepribadian seseorang juga mempengaruhi bagaimana peran itu harus dijalankan atau diperankan pimpinan tingkat atas, menengah maupun bawahakan mempunyai peran yang sama. Peran merupakan tindakan atau perilaku yang dilakukan oleh seseorang yang menempati suatu posisi di dalam status sosial (Soekanto, 2002). Adapun pembagian peran menurut (Soekanto, 2001:242) peran dibagi menjadi 3 yaitu sebagai berikut:

1) Peran Aktif

Peran aktif adalah peran yang diberikan oleh anggota kelompok karena kedudukannya didalam kelompok sebagai aktifitas kelompok, seperti pengurus, pejabat, dan lainnya sebagainya.

2) Peran Partisipatif

Peran partisipatif adalah peran yang diberikan oleh anggota kelompok kepada kelompoknya yang memberikan sumbangan yang sangat berguna bagi kelompok itu sendiri.

3) Peran Pasif

Peran pasif adalah sumbangan anggota kelompok yang bersifat pasif, dimana anggota kelompok menahan dari agar memberikan kesempatan kepada fungsi fungsi lain dalam kelompok sehingga berjalan dengan baik.

Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengertian peran merupakan suatu tindakan yang membatasi seseorang maupun suatu organisasi untuk melakukan suatu kegiatan berdasarkan tujuan dan ketentuan yang telah disepakati bersama agar dapat dilakukan dengan sebaik – baiknya.

c. Komunikasi Persuasif

1. Definisi Komunikasi Persuasif

Kata persuasi *(persuasion)* berasal dari bahasa Latin: *Persuasio*. Kata kerjanya adalah: *persuadere* yang dalam bahasa Inggris: *to persuade, to induse, to believe*, atau dalam bahasa Indonesia: membujuk, merayu (Roudhonah, 2007). Soleh Soemirat, Hidayat Satari dan Asep Suryana dalam bukunya "Komunikasi Persuasif" mendefinisikan persuasi, yakni melakukan upaya untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku seseorang melalui cara-cara yang luwes, manusiawi, dan halus, dengan akibat munculnya kesadaran, kerelaan, dan perasaan senang serta adanya keinginan untuk bertindak sesuai dengan yang dikatakan persuader (Soemirat, 2004).

Ilardo mendefinisikan komunikasi persuasi sebagai *communicative proses of altering the beliefs, attitude, intentions, or behavior of another by the councscious or unconscious use of words and nonverbal messages* (persuasi adalah proses komunikatif untuk mengubah kepercayaan, sikap, perhatian, atau perilaku baik secara sadar maupun tidak dengan menggunakan kata-kata dan pesan non-verbal) (Soemirat, 2004).

Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya yang berjudul psikologi komunikasi mengungkapkan bahwa persuasi didefinisikan sebagai proses mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologi sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri. Menurut

Mar'at komunikasi persuasif merupakan kegiatan penyampaian suatu informasi atau masalah pada pihak lain dengan cara membujuk. Kegiatan yang dimaksud adalah mempengaruhi sikapemosi komunikan/persuade (Soemirat, 2004).

Berdasarkan definisi-definisi yang diungkapkan oleh beberapa ahli mengenai komunikasi persuasif, dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif adalah suatu teknik komunikasi dengan tujuan untuk memengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku dengan memanfaatkan data psikologi persuade dan dilakukan secara verbal atapun non verbal. Sehingga persuade akan melakukan hal yang sesuai dengan persuader dengan sukarela.

2. Strategi komunikasi persuasif

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball-Roceach, berikut adalah beberapa strategi komunikasi persuasif, diantaranya:

a. Strategi Psikodinamika

Strategi Psikodinamika dipusatkan pada faktor emosional atau faktor kognitif. Salah satu asumsi dasarnya bahwa faktor-faktor kognitif berpengaruh besar pada perilaku manusia. Esensinya bahwa pesan yang efektif mampu mengubah fungsi psikologis individu dengan berbagai cara, dimana sasaran merespon secara terbuka dengan bentuk prilaku seperti yang diinginkan persuader. Dengan kata lain, untuk komunikasi persuasif yang efektif terletak dalam belajar hal yang baru, dengan dasar informasi yang diberikan oleh persuader. Asumsi tersebut akan mengubah struktur internal psikologis individu, seperti kebutuhan, rasa takut, sikap, dan lain-lain yang hasilnya tampak pada prilaku yang tampak (Soemirat, 2004). Strategi persuaewsif berdasarkan konsep psikodinamika. Oleh karenanya, harus dipusatkan pada faktor emosional atau faktor kognitif, dan rasanya sangat tidak mungkin untuk mengubah faktor-faktor biologis (seperti tinggi, berat, sex, ras, dan lain-lain) dengan pesan persuasif. Hal yang mungkin adalah menggunakan pesan persuasi untuk pernyataan emosional, seperti marah dan takut (Soemirat, 2004).

Strategi psikodinamika, pesan yang efektif sangat penting dalam mengubah fungsi psikologis seseorang atau kelompok seperti kebutuhan, rasa takut, sikap, dan lain-lain yang hasilnya tampak pada perilaku sehingga dengan begitu *persuade* akan merespon secara terbuka dengan bentuk perilaku seperti yang diinginkan atau sesuai dengan yang dinyatakan *persuader*. Dengan menjalin hubungan yang baik antara KPU sebagai *persuader* dengan masyarakat sebagai *persuade* akan membuat masyarakat merasa nyaman pada hubungan yang terjalin, selain itu dengan melakukan komunikasi secara dua arah diharapkan akan membantu dalam proses persuasif, sebab dengan tingkat emosional yang muncul pada saat berkomunikasi akan menjadi indikator dalam mempersuasif *persuade*.

b. Strategi Sosiokultural

Asumsi pokok dari strategi sosiokultur bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan luar diri individu. Strategi sosiokultur yang efektif dibutuhkan karena pesan persuasif menegaskan terhadap individu aturan-aturan bagi pelaku sosial atau syarat-syarat kultur untuk bertindak, yang akan mengatur aktivitas, di mana komunikator mencoba untuk memperolehnya atau jika pengertian telah dicapai, tugas berikutnya adalah mendefinisikan kembali syarat tersebut (Soemirat, 2004). Strategi sosiokultural mengungkapkan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan luar dari individu. Strategi ini menjadi strategi yang dapat digunakan KPU dalam meningkatkan jumlah partisipan dalam pilkada. Perilaku dari partisipan dipengaruhi faktor lingkungan, seperti lingkungan masyarakat, lingkungan sesama teman atau lingkungan kerja. Faktor lingkungan seperti ini harus dapat diperhatikan oleh KPU sebelum mempersuasif masyarakat yang menjadi targetnya.

Adanya faktor-faktor tersebut akan memberikan keuntungan bagi KPU dalam memberikan sosialisasi pentingnya menyalurkan hak suara pada pilkada di masa pandemi covid - 19 dan memudahkan sasaran *persuade* untuk lebih terbuka menerima dan melakukan semua yang dipersuasifkan oleh KPU. Karena melalui pendekatan lingkungan dalam hal ini adalah pertemanan akan meningkatkan kepercayaan dari *persuade*.

c. Strategi *Meaning Contruction*

Berdasarkan pemikiran Defleur dan Rokeach tersebut, tampak bahwa yang menjadi asumsi utama strategi *The Meaning Construction* adalah pengetahuan dapat mempengaruhi perilaku. Apa yang luput merupakan elaborasi asumsi tentang predisposisi dan proses internal, seperti perubahan sikap, disonasi kognitif, atau kejadian sosial yang rumit dan pengharapan kultural (Soemirat, 2004). Strategi ini berawal dari konsep di mana hubungan pengetahuan dan perilaku dapat dicapai sejauh apa yang dapat diingat. Persuader berupaya memberikan pengetahuan mengenai sesuatu kepada orang yang akan di persuasif. Sehingga pengetahuan yang didapat oleh orang yang dipersuasif dari lingkungan sekitar atau berita-berita yang beredar menimbulkan suatu pengertian dalam benak masyarakat bahwa hal tersebutlah yang harus diikuti, tentunya yang diinginkan oleh persuader. Pada strategi ini persuader berupaya untuk memanipulasi makna, untuk mempermudah orang yang dipersuasif dalam memahaminya. Persuader juga memberikan perumpamaan-perumpamaan terhadap suatu makna. Namun, tidak mengurangi arti dan pengertian aslinya.

3. Komisi Pemilihan Umum (KPU)

Menurut undang-undang Republik Indonesia nomor 15 tahun 2011 pasal 1 ayat 1 tentang penyelenggaraan pemilihan umum atau yang disingkat pemilu,menjelaskan bahwa KPU adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang diselengarakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil atau disingkat (*LUBERJURDIL*) dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan pancasila dan Undang- Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945. Menurut Aristoteles salah satu ciri negara demokrasi adalah melaksanakan pemilu dalam waktu-waktu tertentu. Pada haikatnya, pemilu merupakan pengakuan dan perwujudan dari pada hak-hak poltik rakyat dan sekaligus merupakan pendelgasian oleh rakyat kepada wakil-wakilnya untuk menjalankan pemerintahannya.

Sesuai dengan apa yang dicantumkan dalam pembukaan dan pasal 1 UUD 1945. Negara Indonesia menganut asas kedaulatan rakyat, yang dimaksudkan disini adalah kedaulatan yang dipunyai oleh rakyat itu antara lain tercermin dalam

pelaksanaan pemilu dalam waktu tertentu. Karena pada dasarnya tujuan dari pemilu adalah untuk memberi kesempatan pada warga negara untuk melaksanakan haknya dengan tujuan :

a. Untuk memilih wakil – wakilnya untuk menjalankan kedaulatan yang akan dibentuk.
b. Terbuka kemungkinan baginya untuk duduk dalam badan perwakilan rakyat sebagai wakil yang dipercayakan oleh pemilihnya.

Dalam Undang - Undang Nomor 22 Tahun 2007 tentang penyelenggara pemilu, dijelaskan bahwa pemilu diatur oleh penyelenggara pemilihan umum yang dilaksanakan oleh suatu Komisi Pemilihan Umum yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri. Komisi Pemilihan Umum sendiri adalah suatu lembaga yang dibentuk dari Lembaga Pemilihan Umum atau LPU, lembaga yang bertugas menyelenggarakan pemilu pada zaman orde baru. Sedangkan tujuan dan fungsi pemilihan umum pemilu dalam pelaksanaanya memiliki tiga tujuan yakni sebagai berikut:

a. Sebagai mekanisme untuk menyeleksi para pemimpin pemerintahan dan alternatif kebijakan umum *public policy*.

b. Pemilu sebagai pemindahan konflik kepentingan dari masyarakat kepada badan-badan perwakilan rakyat melalui wakil wakil yang terpilihatau partai yang memenangkan kursi sehingga integrasi masyarakat tetap terjamin.

c. Pemilu sebagai sarana mobilisasi, menggerakan atau menggalang dukungan rakyat terhadap negara dan pemerintahan dengan jalan ikut serta dalam proses politik.

Sedangkan fungsi Pemilihan Umum sebagai alat demokrasi yang digunakan untuk:

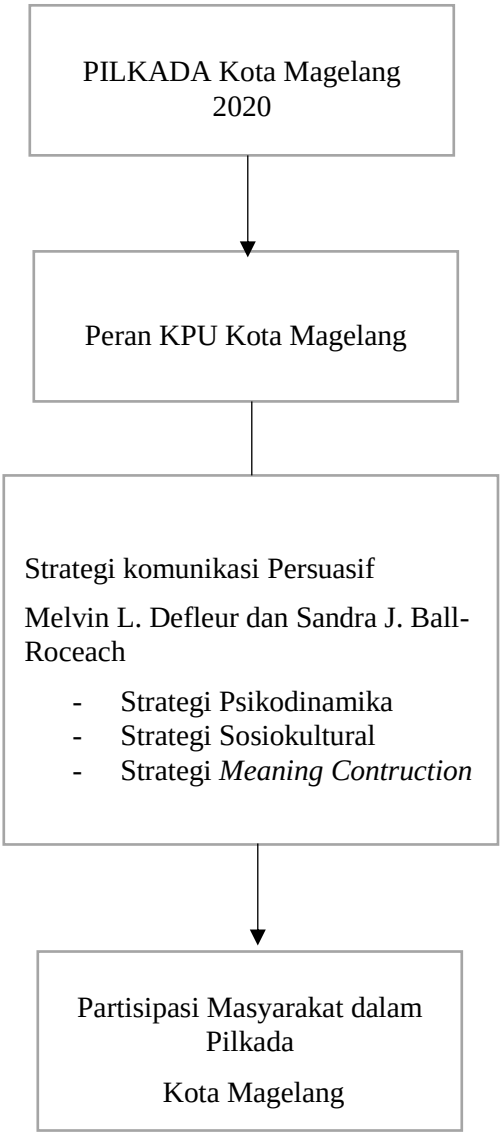
a. Mempertahankan dan mengembangkan unsur unsur demokrasi di Indonesia.
b. Agar tercapainya masyarakat yang adil dan makmur seperti yang tertuang pada sila ke – 5 yaitu keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.

c. Menjamin suksesnya perjuangan orde baru, yaitu tetap tegaknya Pancasila dan dipertahankannya UUD 1945.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa, Pemilu adalah bentuk pernyataan masyarakat kepada perwakilan rakyat/pemerintah yang diajukan untuk menjadi pemerintah kedepannya, yang di pilih dengan cara memilih salah satu calon yang diajukan.

d. Kerangkan Berpikir

Gambar 2. Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode dan Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Mengutip dari (Afrizal, 2014) yang menjelaskan bahwa penelitikan kualitatif yaitu penelitian yang berusaha memahami makna suatu peristiwa. Penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif tentang kata-kata lisan dan tertulis dan perilaku yang dapat diamati dari subjek yang diteliti. Penelitian deskriptif yang akan mendeskripsikan secara deskriptif tentang strategi dan peran KPU Kota Magelang dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada pilkada Kota Magelang di masa pandemi. Ada tiga cara yang umum dilakukan peneliti dalam melakukan sebuah proyek penelitian deskriptif, yaitu:

a. Observasi, penelitian dilakukan dengan metode pengamatan dan membuat rekaman subjek yang diteliti.
b. Studi kasus, penelitian dilakukan dengan studi mendalam tentang individu atau sekelompok individu yang diteliti.
c. Survei, penelitian dilakukan dengan wawancara singkat atau diskusi dengan individu yang diteliti tentang topik tertentu.

Penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan. Kemudian penelitian ini berlokasi di Jl. Pangeran Diponegoro No.59, Kemirirejo, Kecamatan Magelang Tengah, Kota Magelang, Jawa Tengah. Pemilihan lokasi ini karena data yang di butuhkan terkait dengan Strategi KPU Kota Magelang dalam peningkatan partisipasi pemilih pada pilkada Kota Magelang di masa pandemi Covid 19 dapat dengan mudah di temukan di tempat ini.

B. Sumber Data

Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer ialah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer

seperti buku-buku, literatur dan bacaan yang berkaitan dengan pelaksanaan penelitian.

Data primer dalam penelitian ini adalah studi lapangan dan wawancara terhadap KPU Kota magelang dan masyrakat. Peneliti mewawancarai Ketua KPU Kota Magelang dan Kabbag Humas KPU Kota Magelang terkait strategi dan upaya peningkatan partisipan pilkada. Selain itu, peneliti juga mewawancarai masyrakat terkait peran dan sosialisasi KPU Kota Magelang dalam upaya peningkatan partisipasi pemilih dalam pilkada di masa pandemi.

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari sumber-sumber yang telah ada. Data diperoleh dari perpustakaan, studi dokumentasi atau dari penelitian terdahulu. Sehingga data sekunder dalam penelitian ini dapat diperoleh melalui catatan-catatan, dokumen-dokumen lain yang dapat digunakan sebagai informasi pendukung dalam analisis data primer.

C. Teknik Penentuan Informan

Informan penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang. Informan merupakan orang yang benar-benar mengetahui permasalahan yang akan diteliti. Adapun teknik penentuan informan dalam penelitian ini menguggunakan teknik *Purposive Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel didasarkan atas tujuan tertentu (orang yang dipilih betul-betul memiliki kriteria sebagai sampel). Teknik yang digunakan dalam pemilihan informan menggunakan *Purposive Sampling*, artinya penentuan sumber data mempertinmbangankan terlebih dahulu, bukan diacak. Artinya menentukan informan sesuai dengan kriteria terpilih secara relavan dengan masalah penelitian. Informan tersebut dalam penelitian ini terdiri dari beberapa orang yaitu:

Table 3. Sumber Informan

No	Sumber Informan	Jumlah
1	KPU Kota Magelang	2
2	Stakeholder	1
3	Masyarakat	3
Jumlah		6

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, diantaranya sebagai berikut ini :

1. Observasi

   Observasi merupakan penelitian dengan cara mengamati objek yang diteliti dalam penelitian ini menempuh dua cara yaitu:

   a. Pengamatan Langsung

      Pengamatan langsung yang dilakukan tanpa perantara terhadap objek yang diteliti.

   b. Pengamatan Tidak Langsung

      Pengamatan yang dilakukan terhadap suatu objek yang melalui perantara suatu alat atau cara, baik yang dilaksanakan dalam situasi sebernarnya maupun buatan.

      Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan penelitian terhadap kegiatan - kegiatan yang di lakukan oleh KPU Kota Magelang ketika melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Pengamatan tersebut dilakukan baik online maupun offline.

2. Wawancara

   Teknik Wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data secara langsung dengan responden yang mengacu pada pedoman wawancara yang telah dipersiapkan. Adapun informan yang diwawancarai oleh peneliti yaitu, Ketua KPU Kota Magelang, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Muhammadiyah Magelang sebagai Stakeholder, anggota Relawan Demokrasi dan Masyarakat.

3. Dokumentasi

   Teknik dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mencatat langsung dokumen atau arsip tertulis yang ada hubungannya dengan apa yang ingin diteliti.

   Untuk mengumpulkan data-data penelitian dengan berbagai cara yang sudah di paparkan diatas, peneliti juga akan mendokumentasikan setiap

kegiatan saat pencarian data terhadap KPU Kota Magelang dan masyrakat, baik berupa catatan, gambar, dan video.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam sebuah penelitian sangatlah dibutuhkan, bahkan merupakan bagian yang sangat menentukan dari beberapa langkah penelitian sebelumnya. Dalam penelitian kualitatif, analisis data harus seiring dengan pengumpulan fakta-fakta dilapangan (Hamidi, 2005).

Menurut (Miles & Huberman, 1992) analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi.18 Mengenai ketiga alur tersebut secara lebih lengkapnya adalah sebagai berikut:

1. *Data Reduction* (Reduksi Data), reduksi data adalah analisis data yang dilakukan dengan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Data yang diperoleh di dalam lapangan dituliskan/diketik dalam bentuk uraian atau laporan yang terperinci.
2. *Data Display* (Penyajian Data), selanjutnya penyajian data dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat narasi.
3. *Conclusion Drawing/Verification* (Penarikan Kesimpulan), langkah ketiga adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dari data yang diperoleh, kemudian dikategorikan, dicari tema dan polanya kemudian ditarik kesimpulan. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

F. Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, Keabsahan data dilakukan untuk terjaminnya keakuratan data. Data yang salah akan menghasilkan penarikan kesimpulan yang salah, demikian pula sebaliknya, data yang valid akan menghasilkan kesimpulan hasil penelitian yang benar. Untuk menguji kebenaran informasi pada metodologi

ini dapat digunakan uji kredibilitas. Untuk menguji kredibilitas suatu penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan berbagai cara yaitu :

1. Perpanjang Pengamatan

   Hal ini dilakukan ketika peneliti masih menemukan kekeliruan dari hasil penelitiannya sehingga mengharuskan untuk melakukan peninjauan kembali ke lokasi penelitian sehingga bisa mendapatkan informasi yang lebih akurat lagi dari apa yang sudah didapatkan sebelumnya.

2. Meningkatkan Ketekunan

   Lebih mencermati hal yang ingin di teliti dengan cara lebih memfokuskan diri pada hal yang ingin di teliti sehingga lebih sistematis dan lebih jeli lagi untuk melihat apakah data yang di kumpulkan itu benar atau salah.

3. Triangulasi

   Pengujian kebenaran informasi dengan berbagai cara dan berbagai kondisi berupa pengujian kebenaran serta akurasi data harus dengan berbagai cara.

   Hal ini dilakukan dengan tiga triangulasi, yaitu :

   a. Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya, selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat, dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto. Masing-masing cara itu akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti.
   b. Triangulasi teknik berarti peneliti menggunakanteknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber data yang sama. Peneliti menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam, serta dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak.
   c. Triangulasi waktu yaitu data yang dikumpulkan dengan teknik melihat kondisi sikologis informan yang dinilai berdasarkan waktu wawancara antara pagi, siang ataupun sore hari.

4. Menggunakan Bahan Referensi

   Hal ini dilakukan dengan cara memperlihatkan bukti berupa gambar ataupun suara rekaman antara peneliti dan informan penelitian sehingga ada yang bukti yang jelas atau kongkret bahwa peneliti betul-betul terjun langsung kelapangan atau lokasi penelitian untuk melakukan penelitian dan data yang dikumpulkan adalah data berdasarkan penelitian bukan hanya asumsi peneliti atau opini.

5. Analisis Kasus Negatif

   Analisis kasus yang tidak sesuai atau bertentangan dengan kasus yang sebenarnya dalam jangka waktu tertentu apabila pada waktu itu tidak di temukan lagi data yang lain atau data yang bertentangan maka data yang diperoleh dianggap benar dan di jadikan sebagai referensi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang di sajikan pada bab sebelumnya tentang strategi KPU Kota Magelang dalam peningkatan partisipasi pemilih pada Pilkada Kota Magelang di masa Pandemi Covid 19., maka dapat di simpulkan bahwa KPU bekerja cukup efektif. Dapat diketahui melalui peningkatan partisipasi, pada Pilkada Kota Magelang tahun 2015 tercatat persentasi partisipasi hanya 75,33% sedangkan pada Pilkada Kota Magelang tahun 2020 tercatat presentasi partisipasi mencapai 77,85%. KPU Kota Magelang terus berupaya semaksimal mungkin untuk meningkatkan partisipasi pemilih. Upaya - upaya yang dilakukan oleh KPU Kota Magelang, menggunakan dua strategi dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada pemilihan kepala daerah. Dikemukakan sebagai berikut:

1. Strategi Psikodinamika

KPU Kota Magelang menggunakan strategi *offensive* dan *defensive* dalam upaya meningkatkan jumlah partisipasi pemilih. Strategi *offensive* yang dilakukan yaitu dengan memanfaatkan teknologi dan media sosial seperti facebook, instagram, twitter, dan youtube sosialisasi yang dilakukan KPU Kota Magelang menjadi lebih efektif dan efisien di masa pandemi covid – 19. Sedangkan strategi *defensive* yang dilakukan KPU Kota Magelang yaitu tetap mempertahankan strategi sosialisasi tatap muka namun dengan prosedur protokol kesehatan dan membatasi jumlah masyarakat yang hadir dalam sosialisasi tersebut. KPU Kota Magelang juga melakukan sosialisasi menggunakan metode siarang keliling

sekaligus membagikan souvenir yang di dalamnya memuat informasi mengenai Pilkada serentak yang akan di laksanakan.

2. Strategi Sosiokultural

KPU Kota Magelang membentuk program relawan demokrasi dan membuka agen – agen sosialisasi yang bertujuan untuk membantu KPU Kota Magelang dalam penyampaian informasi dan sosialisasi. Selain itu, tujuan dari relawan demokrasi dan agen – agen sosiaslisasi yaitu untuk meningkatkan kesadaran masyarakat sekaligus mencerdaskan masyarakat pemilih. Target sasaran relawan demokrasi ini yaitu semua lapisan masyarakat Kota Magelang, dalam melakukan sosialisasinya mereka menggunakan beberapa metode diantaranya malakukan sosialisasi di tempat umum seperti alun – alun kota sehingga beberapa masyarakat merespon dengan baik dan juga sosialisasi menggunakan media sosial seperti pembuatan konten mulai dari foto, video, dan poster digital. Kendala dan faktor penghambat sosialisasi yang dilakukan KPU Kota Magelang dan relawan demokrasi dapat dilihat pada hasil wawancara pembahasan di atas, pertama yaitu kurangnya antusiasme dan kepercayaan masyarakat kepada pesan sosialisasi yang di sampaikan oleh relawan demokrasi, kedua yaitu ketakutan masyarakat terhadap penyebaran virus covid – 19 menjadikan masyarakat ragu untuk mengikuti sosialisasi.

B. Saran

a. KPU Kota Magelang harus bisa menjaga konsistensi dan terus meningkatkan strategi – strategi untuk meningkatkan partisipasi pemilih pada Pilkada dan Pemilu selanjutnya.
b. Menjaga kekompakan dan sinergi antara KPU Kota Magelang, para *stakeholder*, relawan demokrasi dan masyarakat Kota Magelang demi kelancaran dan keberhasilan Pemilu di waktu yang akan datang.

c. Untuk menciptakan pendidikan pemilih yang cerdas maka sosialisasi harus diadakan secara berkelanjutan dan rutin pada pemilih, bukan hanya pada saat ada pemilihan umum/pilkada saja. Hal tersebut harus menjadi konsumsi masyrakat khususnya pemilih pemula untuk terlibat langsung setiap ada pemilihan.
d. Bagi mahasiswa atau pihak-pihak yang akan melakukan penelitian dengan kajian yang sama, peneliti menyarankan untuk mengkaji lebih dalam mengenai peran dan strategi KPU Kota Magelang dalam upaya peningkatan partisipasi pemilih dengan prespektif dan sudut pandang yang berbeda, guna mengetahui tingkat keberhasilan program dan peran yang dijalankan karena pada penelitian ini memiliki keterbatasan waktu dan sumber informasi dalam mengeksplorasi setiap program yang di lakukan KPU Kota Magelang pada saat pandemi covid – 19.

DAFTAR PUSTAKA

Afrizal. (2014). *Metode penelitian kualitatif : sebuah upaya mendukung penggunaan penelitian kualitatif dalam berbagai disiplin ilmu*. PT. Raja Grafindo Persada.

Amalia, N., & Mulyadi, A. (2019). Strategi Komisi Pemilihan Umum dalam Mengurangi Angka Golput pada Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden. *JOPPAS: Journal of Public Policy and Administration Silampari*, *1*(1), 1–9. https://doi.org/10.31539/joppa.v1i1.801

Boore, C. G. (2015). *Psikologi Sosial*. Prismashopie.

Cangara, H. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (revisi cet). Rajawali Pers.

Effendy, O. U. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Remaja Rosdakarya.

Fajar, M. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Graha Ilmu.

Firmanzah. (2007). *Marketing Politik : Antara pemahaman dan realitas* (Ed.Rev, No). yayasan obor indonesia.

hamidi. (2005). *Metode penelitian kualitatif : aplikasi praktis pembuatan proposal dan laporan penelitian*. UMM Press.

Hariyono, A. mukhtie fadjar. (2013). Membangun Negara Hukum yang Bermartabat. In *Malang: Setara Press dan Universitas Widyagama …* (1st ed.). cita intrans selaras.

Hergianasari, P. (2016). *MATINYA MESIN PARTAI POLITIK (Studi Kasus Pencalonan Syahri Mulyo dalam Pilkada Kabupaten Tulungagung 2013)*. 245–270.

Liliweri, A. (2011). *Komunikasi serba ada serba makna* (1st ed.). Kencana Prenada Media.

Mar'at. (1984). *Sikap Manusia : Perubahan serta pengukurannya*. Gahlia Indonesia.

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Universitas Indonesia Press.

Mulyana, D. (2007). *Ilmu komunikasi : Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.

Nani Aisyah, S. (2020). Efektifitas Penerapan Aturan Pilkada Serentak 2020 Dalam Kondisi Darurat Penanganan Pencegahan Penyebaran Corona Virus Disease 19 (Covid-19). *Khazanah Multidisiplin, VOL.1*(1). https://doi.org/https://doi.org/10.15575/km.v1i1.9694

Pito, A. toni . D. (2006). *Mengenal teori-teori politik*. Nuansa.

Riyanda, R., & Ilham. (2021). Strategi Komisi Pemilihan Umum Provinsi Sumatera Barat Dalam Menghadapi Penundaan Persiapan Tahapan Pilkada Serentak Tahun 2020 Akibat Covid-19. *Jurnal Niara, 14*(1), 188–198. https://doi.org/10.31849/niara.v14i1.6013

Roudhonah. (2007). *Ilmu Komunikasi*. UIN JAKARTA.

Schröder, P. (2000). *Politische Strategien*. Nomos-Verlag-Ges.

Soekanto, S. (2001). *Sosiologi sebagai pengantar*. PT. Raja Grafindo Perkasa.

Soekanto, S. (2002). *Teori Peranan*. Bumi Aksara.

Soelistyowati, endang, & Nugroho, V. (2012). *Strategi Komunikasi untuk Sukses Menjalin Relasi*. Gramedia Pustaka Utama.

Soemirat, S. dkk. (2004). *Komunikasi Persuasif*. Universitas Terbuka.

Subakti, R. (1992). *Memahami ilmu politik*. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Suhara, R. B., Sapari, Y., & Kamaludin, H. E. (2022). Strategi Pemenangan Tim Sukses Dalam Pemilihan Desa Karawangi Kec. Karangwareng.

Jurnal Network Media, *5*(1), 88–99.

Sulasu, J. (2015). *Pengambilan Keputusan Stratejik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non profit*. Grasindo.

Woelandari, D. S., & Setyawati, N. W. (2020). Sosialisasi Menggunakan Media Sosial Berbasis Digital. *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(1), 1–5. https://doi.org/10.31334/jks.v1i1.882

Zamroni, mohammad. (2009). *Filsafat komunikasi : pengantar ontologis, epistemologis, aksiologis*. Graha Ilmu.